Time Inc. redevient un groupe de presse indépendant

MÉDIAS & PUBLICITÉ | Mis à jour le 06/06/2014 à 11:03

Crédits photo : DON EMMERT/AFP

Time Warner a mis en Bourse ses activités de presse qui regroupent 23 magazines dont *Time* ou *People*.

À partir de la clôture ce vendredi soir de Wall Street, Time Inc. ne fera plus partie du conglomérat Time Warner. La scission décidée en mars 2013 sera consommée et le groupe de presse, qui détient 23 magazines dont *Time, People, Fortune* et *Sports Illustrated*, sera coté en Bourse à travers sa propre action. Concrètement, les actionnaires de Time Warner se sont vu octroyer une action de Time Inc. pour huit actions de Time Warner. Cette opération marque la fin d'une aventure démarrée en 1989 avec la fusion de Time Inc. et Warner Communications.

La séparation du pôle presse de l'ensemble **Time Warner** illustre les bouleversements qui secouent le monde des médias. Comme la plupart de ses concurrents, Time Inc. assiste au déclin des magazines traditionnels au profit du numérique. De plus en plus d'Américains préfèrent leur smartphone ou leur tablette pour se tenir au courant des informations qui les intéressent. Résultat, le chiffre d'affaires du groupe a baissé de 4% l'an dernier et la même tendance est anticipée pour cette année.

Atouts importants

L'un des grands symboles de la puissance de Time Inc. est, depuis 1959, le gratte ciel «Time & Life» à l'angle de la 50e rue et de la 6e avenue à New York. Mais pour réaliser 50 millions de dollars d'économies par an, alors que les annonceurs publicitaires et les lecteurs boudent ses produits papier traditionnels, le groupe prépare son déménagement l'an prochain dans un immeuble de la pointe sud de Manhattan, où il n'occupera que six étages. Time Inc. dispose cependant d'atouts importants pour prospérer dans sa nouvelle vie qui doit être de plus en plus numérique. Si les temps sont moins prospères, il draine toujours près d'un quart de la publicité de la catégorie «magazine», devant **Hearst** (*Cosmopolitan, Harper's Bazaar*…) et **Condé Nast** (*Vogue, Vanity Fair*…). Son bénéfice d'exploitation est stable à 330 millions de dollars. Fort de la puissance de ses marques «Time» et «Sports Illustrated» par exemple, il développe de nouveaux services vidéo en ligne.

À son apogée, Time Warner représentait le plus grand groupe de communication du monde. Après le mariage avec Time Inc., en 1993, il avait choisi de se diversifier dans les parcs à thème avec l'acquisition de Six Flags. Trois ans plus tard, le groupe avalait la société TBS de Ted Turner, avec ses chaînes câblées comme CNN. La plus grande étape intervint en 2000 avec le rachat de Time Warner par AOL, alors leader des services Internet, pour la somme hallucinante de 164 milliards de dollars. La

transaction s'est révélée catastrophique. Non seulement les synergies entre les deux groupes ne se sont jamais matérialisées, mais en plus AOL a connu un déclin spectaculaire avec la vulgarisation de l'accès à l'Internet haut débit. En 2009, Time Warner consommait son divorce avec AOL.

Time Warner représentait le plus grand groupe de communication du monde.

Sous la pression d'actionnaires déçus par les maigres rendements dégagés par l'énorme conglomérat, Time Warner accéléra sa transformation. Elle s'est traduite dès 2009 par la scission de ses activités de câblo-opérateur - qui portent toujours le nom de Time Warner -, aujourd'hui en voie de rachat par Comcast-NBC Universal.

La scission de Time Inc. s'inscrit dans la stratégie d'autres géants de la communication. Ainsi, **Rupert Murdoch** a placé l'an dernier ses actifs dans la presse, comme Dow Jones, le *Wall Street Journal* ou le *New York Post*, dans une société cotée indépendante de 21st Century Fox. Cette dernière, mieux valorisée grâce à une croissance plus solide, regroupe ses activités dans le cinéma et la télévision. De son côté, Tribune Co. a séparé son pôle de presse écrite - qui comprend le *Los Angeles Times* ou le *Chicago Tribune* - du reste du groupe, qui s'appuie sur 42 stations de télévision.

La rédaction vous conseille :

- Presstalis soutient les marchands de journaux avec l'appli Zeens
- Hersant avance 2 millions d'euros pour Nice-Matin
- «Je veux positionner Le Point sur le très haut de gamme»

Pierre-Yves Dugua

auteur 18 abonnés

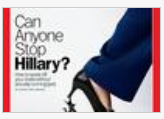
Correspondant à Washington Twitte sur @PDugua

Ses derniers articles

- GM, Ford et Chrysler au secours du musée de Detroit
- Amendes à répétition pour les banques américaines
- Time Inc. redevient un groupe de presse indépendant

Sur le même sujet

Time | Ted Turner | Rupert Murdoch | TIME WARNER CABLE | COMCAST CORP. NEW | Presse | Groupe de presse



La Une qui fait grincer les dents des Américaines

- La paralysie cynique des Républicains
- Le pape François élu «homme de l'année» par le magazine *Time*
- Miley Cyrus pourrait être la prochaine «personnalité de l'année» du *Time*

Thématique : Time

Médias & Publicité

+ récents | + commentés | + partagés

Mondial de foot : TF1 cible 10 millions de spectateurs avec les Bleus

- Mondial de foot : les concurrents de TF1 tentent de séduire les femmes
- Michael Ringier : « Nous avons investi plus d'un milliard d'euros dans le numérique »
- Financement du Cinéma: l'appel de l'UPF à Filippetti

Plus d'articles Médias & Publicité

Réagir à cet article

PUBLICITÉ

0 commentaire

Apprenez une langue avec Babbel et le Figaro : simple et efficace!

Démarrer